

ANALISIS DAYA SAING TEH INDONESIA DI PASAR INTERNASIONAL

Mochamad Yuzy Zakariyah^{1*}, Ratya Anindita², Nur Baladina²

¹ Mahasiswa Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian, Universitas Brawijaya

² Dosen Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian, Universitas Brawijaya.

*Email : Agribisnis@ub.ac.id, HP: 085732003554

ABSTRACT

Tea is a beverage that is high demand, in addition to the knowledge about the properties of tea consumption, makes tea an export commodity for Indonesia. Indonesia is the world's sixth largest tea exporter. The purpose of this study was (1) to analyze the position of Indonesian tea competitiveness in the international market, (2) analyze the trade specialization of Indonesian tea in the international market, (3) analyze the market structure and the position of Indonesian tea in the tea trade in the international market. This study uses annual time series secondary data, with a period of 21 years from 1991 to 2011 for analysis of the competitiveness and trade specialization of Indonesian's tea, and a period of 11 years from the year 2001-2011 for analysis International tea market structure. In this study used analysis RCA (Revealed Comparative Advantage) and Potter's Diamond Theory for the competitiveness of Indonesian tea, ISP (Trade Specialization Index) for the analysis of trade specialization of Indonesian tea and IH (Herfindahl Index) and CR4 for analysis International tea market structure. The results of the research conducted is (1) Position the competitiveness of Indonesian tea is comparatively lower than in Kenya, Sri Lanka, India however, still higher than China while on a competitive basis shows that Indonesia tea commodities strong competitiveness because of internal factors and externally in the production of tea is readily available, although there are several factors that must be addressed further, (2) Specialization Indonesian tea trade shows that Indonesian exporters of tea, (3) market structure faced by Indonesia in the international tea market is an oligopoly market. Indonesian's position in the International tea is market follower.

Keywords: tea, competitiveness, market structure, market follower.

1. PENDAHULUAN

Kondisi pasar internasional saat ini memasuki era globalisasi yang menyebabkan peningkatan tingkat persaingan perdagangan di seluruh dunia. Perdagangan Internasional menuntut semua negara produsen, termasuk Indonesia untuk dapat meningkatkan nilai dan volume ekspor produknya agar dapat berdaya saing kuat di pasar internasional. Salah satu komoditas perkebunan unggulan Indonesia yang diekspor ke pasar internasional adalah komoditas teh.

Teh merupakan salah satu minuman favorit di dunia yang permintaannya tinggi, selain itu pengetahuan tentang khasiat mengkonsumsi teh menjadikan teh merupakan komoditas andalan

ekspor bagi Indonesia. Indonesia sendiri merupakan negara eksportir teh terbesar keenam dunia. Indonesia memiliki sumberdaya lahan yang cocok dengan syarat tumbuh teh dan memiliki potensi besar untuk memperluas lahan serta meningkatkan kuantitas dan kualitas teh Indonesia. Namun fakta saat ini menunjukkan bahwa terjadi penurunan luas areal tanam teh dari tahun 2008-2012.

Permasalahan lain dalam industri teh dalam negeri adalah penguasaan pangsa pasar ekspor teh Indonesia terhadap total ekspor teh dunia dalam lima tahun terakhir terus mengalami penurunan yaitu pada tahun 2007 sebesar 3,06 persen dan terus menurun sampai 2,52 persen pada tahun 2011. Selain permasalahan di atas,

kuantitas dan nilai ekspor teh Indonesia juga mengalami fluktuasi yang cenderung menurun. Oleh karena itu penting dilakukan penelitian untuk menganalisis daya saing komoditas teh

Indonesia sehingga peranannya dalam perekonomian dapat diandalkan serta dapat menjadi sumber acuan untuk memperbaiki dan menentukan keputusan-keputusan penting terkait pengembangan potensi dan peran teh Indonesia di pasar internasional. Berdasarkan beberapa permasalahan di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah : (1) Menganalisis posisi daya saing teh Indonesia di pasar internasional, (2) Menganalisis spesialisasi perdagangan teh Indonesia di pasar internasional, dan (3) Menganalisis struktur pasar teh dan posisi Indonesia dalam perdagangan teh di pasar internasional.

II. METODE PENELITIAN

Penentuan lokasi penelitian dilakukan secara *purposive* pada tingkat nasional dan pasar internasional. Penelitian ini dilakukan di Indonesia karena Indonesia merupakan negara yang mempunyai potensi dalam ekspor komoditas teh. Adapun yang menjadi objek penelitian adalah posisi daya saing teh Indonesia secara komparatif dan kompetitif, spesialisasi perdagangan teh Indonesia, dan struktur pasar teh internasional dengan Negara perbandingan adalah Sri Lanka, Kenya, China, dan India dengan pertimbangan negara-negara tersebut merupakan negara eksportir teh terbesar di dunia. Pada penelitian ini, data yang digunakan adalah data sekunder *time series* tahunan selama 21 tahun, yaitu tahun 1991 hingga 2011 untuk penelitian daya saing teh dan spesialisasi perdagangan teh, sedangkan untuk penelitian struktur pasar teh Internasional dan posisi Indonesia dalam pasar teh Internasional menggunakan data selama 11 tahun, yaitu 2001-2011. Metode pengumpulan data dengan metode dokumentasi yang dilakukan melalui pencatatan *time series* yang diperoleh dari Food and Agriculture Organization (FAO) dan *United Nations Commodity Trade Statistics Database* (COMTRADE).

2.1 Metode Analisis Data

1. Analisis Tingkat Daya Saing

a. Analisis Keunggulan Komparatif

Analisis keunggulan komparatif dengan menggunakan indeks RCA untuk mengetahui daya saing komoditas teh Indonesia pada pasar dunia dengan melihat nilai ekspor secara komparatif. Indeks RCA dirumuskan sebagai berikut :

$$RCA = \frac{Xi/(total Xim)}{Xw/(total Xw)}$$

Keterangan: RCA adalah Indikator daya saing (keunggulan komparatif), X_i adalah Nilai ekspor komoditas teh dari negara i (US\$), X_{im} adalah Nilai ekspor total dari negara i (US\$), X_w adalah Nilai ekspor komoditas teh dunia (US\$). X_{wm} adalah Nilai ekspor total dunia (US\$). i adalah Negara Indonesia dan Negara Perbandingan.

Kriteria:

- 1) $RCA > 1$, maka negara tersebut memiliki keunggulan komparatif dalam komoditas teh dan berdaya saing kuat.
- 2) $RCA < 1$, maka negara tersebut tidak memiliki keunggulan komparatif dalam komoditas teh dan berdaya lemah.

b. Analisis Keunggulan Kompetitif

Porter (1990), mengemukakan bahwa tidak ditemukan korelasi positif antara keunggulan keberlimpahan sumberdaya alam dan banyaknya tenaga kerja di suatu negara untuk dijadikan keunggulan bersaing dalam perdagangan internasional. Keunggulan kompetitif suatu negara ditentukan oleh empat faktor yang harus dipunyai suatu negara untuk bersaing secara global. Keempat faktor tersebut adalah (1) Faktor-faktor produksi (*Factor Condition*), (2) Keadaan permintaan tuntutan mutu (*Demand Condition*), (3) Industri terkait dan pendukung yang kompetitif (*Related Supporting Industry*), (4) Faktor Struktur, Strategi Serta Persaingan Perusahaan. Selain keempat faktor penentu tersebut ditambah juga oleh faktor eksternal yaitu sistem pemerintahan (*government*) dan kesempatan (*chance events*). Secara bersama faktor-faktor ini membentuk sistem dalam peningkatan keunggulan daya saing yang disebut model berlian daya saing internasional. Maka ada tiga kriteria keunggulan kompetitif :

- 1) Apabila suatu faktor memiliki keunggulan kompetitif dan faktor yang lain juga memiliki penilaian kompetitif, maka dapat dikatakan keterkaitan antar faktor tersebut kriterianya kuat.
- 2) Apabila salah satu faktor memiliki penilaian tidak kompetitif, maka keterkaitan antar faktor dapat dikatakan cukup kuat.
- 3) Apabila kedua faktor yang berhubungan tidak kompetitif, maka kriteria keterkaitannya dikatakan lemah.

2. Analisis Spesialisasi Perdagangan

Indeks ini dapat digunakan untuk mengetahui apakah untuk suatu jenis produk, Indonesia cenderung menjadi negara eksportir atau importir. Rumusan ISP secara matematis sebagai berikut.

$$ISP = \frac{(X_i - M_i)}{(X_i + M_i)}$$

Keterangan: ISP adalah Spesialisasi perdagangan teh Negara, X_i adalah Nilai ekspor komoditas teh dari negara i (US\$), M_i adalah Nilai impor komoditas teh dari negara i (US\$), i adalah Negara Indonesia dan Negara Pemanding

3. Analisis Struktur Pasar

Pada analisis struktur pasar teh internasional digunakan pendekatan Indeks Herfindal dan *Concentration Ratio*. Perhitungan pangsa pasar yang dilakukan dengan rumus sebagai berikut :

$$S_{ij} = \frac{X_{ij}}{TX_j}$$

Keterangan : S_{ij} adalah Pangsa pasar teh negara i di pasar internasional, X_{ij} adalah Nilai ekspor teh negara i di pasar internasional, TX_j adalah Total nilai ekspor teh di pasar internasional, i adalah Negara produsen teh dunia

Formula yang sama kemudian digunakan untuk mengukur struktur pasar dan pangsa pasar suatu negara dalam perdagangan teh internasional, yaitu sebagai berikut:

$$HI = S_1^2 + S_2^2 + S_3^2 + \dots + S_n^2$$

Keterangan : HI adalah Indeks Herfindahl Nilai Herfindahl Index, S_i adalah Pangsa pasar negara- i dalam perdagangan teh dunia, n adalah Jumlah negara yang terlibat dalam perdagangan teh dunia, i adalah Negara produsen teh dunia

$$CR4 = S_{i1} + S_{i2} + S_{i3} + S_{i4}$$

Keterangan : CR4 adalah Nilai konsentrasi pasar 4 produsen teh terbesar di pasar internasional, I adalah 4 negara eksportir teh terbesar dunia (Kenya, Sri Lanka, China dan India), S_{ij} adalah Pangsa pasar teh negara i di pasar internasional,

Menurut Marlinda (2008), kriteria struktur pasar yang diklarifikasikan berdasarkan dari dua alat ukur yaitu HI dan CR4 sebagai berikut:

1. Konsentrasi pasar yang tinggi dicirikan dengan nilai CR4 yang berkisar antara 80 - 100 persen, sedangkan kisaran nilai HI yaitu antara 1800 - 10000. Bentuk pasar yang mungkin untuk tingkat konsentrasi tinggi adalah monopoli atau sedikit monopoli yang cenderung oligopoli.
2. Konsentrasi pasar sedang dicirikan dengan nilai CR4 antara 50 - 80 persen dan nilai HI yang berkisar antara 1000 - 1800. Bentuk pasar untuk tingkat konsentrasi sedang adalah lebih banyak oligopoli.
3. Konsentrasi pasar rendah dicirikan dengan nilai CR4 antara 0 - 50 persen dan HI antara 0 - 1000. Bentuk pasar yang sangat ekstrim adalah persaingan sempurna, namun sekurang-kurangnya adalah persaingan monopolistik.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Posisi Daya Saing Teh Indonesia di Pasar Internasional

a. Analisis Keunggulan Komparatif

Keunggulan komparatif suatu negara dapat diperoleh dengan berbagai pendekatan, salah satunya dengan menggunakan analisis Revealed Comparative Advantages (RCA). Posisi daya saing teh Indonesia secara komparatif lebih rendah dibandingkan Kenya, Sri Lanka, India, namun masih lebih tinggi dibanding dengan China. Hal ini diindikasikan dari nilai rata-rata indeks RCA pada Tabel 1 bahwa teh Indonesia memiliki nilai 4,277 dibawah negara Kenya (292,435), Sri Lanka (476,941), India (17,848), dan lebih tinggi dari China (1,486).

Nilai indeks RCA negara Kenya yang tinggi disebabkan peningkatan nilai ekspor teh negara Kenya. Nilai ekspor teh Kenya yang tinggi disebabkan, industri teh di Kenya

terstruktur dengan baik dengan diawasi langsung dari badan pengawas puncak, Dewan Teh Kenya, Penelitian Yayasan Teh Kenya, sampai ke produsen, pabrik-pabrik manufaktur teh, perdagangan, blending dan pengepakan perusahaan (Tea Board of Kenya, 2014). Nilai indeks RCA negara Sri Lanka berada pada urutan kedua setelah Kenya. Hal ini dikarenakan total ekspor semua produk Sri Lanka yang nilainya rendah disisi lain nilai ekspor teh Sri Lanka yang tinggi disebabkan 60% teh yang diekspor dalam bentuk nilai tambah yang bernilai lebih mahal (Srilankabusiness.com, 2014). Indonesia menempati urutan ketiga dilihat dari nilai RCA teh Indonesia, hal ini dipengaruhi fluktuasi nilai ekspor dan tingginya nilai ekspor total serta ekspor teh dunia. Nilai ekspor China sebenarnya masih tergolong tinggi, namun nilai ekspor total semua produk China merupakan yang tertinggi dibandingkan negara lainnya juga mengakibatkan rendahnya indeks RCA teh China dibandingkan negara India, Sri Lanka dan Kenya.

Tabel 1. Perbandingan Hasil Analisis RCA Teh Indonesia dengan Teh Kenya, Sri Lanka, China, dan India Tahun 1991-2011

Tahun	RCA Indonesia	RCA India	RCA China	RCA Kenya	RCA Sri Lanka
1991	0,973	38,555	2,521	332,665	206,586
1992	6,850	29,230	2,554	356,686	226,912
1993	6,850	24,087	2,197	425,082	146,668
1994	4,989	24,120	2,061	406,148	136,018
1995	4,336	24,448	1,737	430,375	213,200
1996	4,890	18,272	1,669	483,809	290,932
1997	3,092	25,813	1,437	372,476	293,408
1998	3,771	24,897	1,429	506,996	257,223
1999	4,056	22,271	1,373	531,819	267,773
2000	3,953	20,872	1,418	570,414	276,312
2001	3,853	17,907	1,409	518,441	308,454
2002	4,069	13,709	1,227	822,975	311,513
2003	3,913	13,516	1,242	569,838	335,223
2004	4,808	13,097	1,241	478,445	352,352
2005	4,105	10,418	1,178	498,246	366,757
2006	4,251	10,413	1,203	612,447	252,838
2007	3,837	10,820	1,177	580,543	238,859
2008	3,324	8,843	1,011	545,080	434,683
2009	3,312	8,174	0,979	462,476	369,394
2010	2,694	7,320	0,878	537,608	378,739
2011	2,399	7,927	1,057	412,897	399,510
Rata-rata	4,277	17,848	1,486	476,941	292,433

Sumber: FAO, 2014 Diolah

Keterangan: Angka dicetak tebal mengalikan nilai RCA tertinggi diantara Indonesia dan empat negara perbandingan pada setiap periode tahun.

b. Hasil Analisis Keunggulan Kompetitif

1) Keterkaitan Faktor Sumberdaya dengan Persaingan, Struktur dan Strategi

Keterkaitan antara faktor sumberdaya dengan faktor persaingan, struktur dan Strategi adalah saling mendukung. Hal ini ditunjukkan dari dalam penentuan strategi

dalam menghadapi persaingan dengan negara eksportir lain di pasar Internasional diperlukan kemampuan suatu perusahaan untuk mengkombinasikan setiap faktor sumber daya untuk menciptakan teh yang berdaya saing tinggi. Luasan areal tanam perkebunan teh Indonesia yang berada di peringkat keempat di dunia dan tenaga kerja yang berkualitas yang sudah ada akan mendukung terciptanya suatu kualitas terbaik dari teh Indonesia.

Faktor sumberdaya yang lain adalah sumberdaya infrastruktur dan IPTEK saat ini yang semakin maju dibuktikan dengan mengadopsi teknologi mekanisasi sarana dan prasarana dalam kegiatan budidaya serta pengolahan teh di dalam industri teh nasional Meskipun dalam aplikasinya mekanisasi belum efisien, namun penggunaan teknologi mekanisasi serta peremajaan tanaman teh saat ini merupakan suatu langkah maju bagi industri teh domestik untuk meningkatkan daya saingnya.

2) Ketetkaitan Faktor Sumberdaya dengan Industri terkait dan Industri Pendukung

Keterkaitan juga terdapat pada komponen faktor sumberdaya dengan industri terkait dan industri pendukung. Hal ini dikarenakan kondisi sumberdaya khususnya luas areal dapat menghasilkan teh yang mampu mencukupi kebutuhan bahan baku untuk produksi teh dalam bentuk teh botol maupun celup pada industri hilir. Sedangkan pada sumberdaya inrastruktur, penggunaan teknologi mekanisasi pemetikan dan teknologi pasca panen cukup mendukung produksi teh sebagai bahan baku industri hilir. Pada infrastruktur yang lain seperti sarana transportasi, masih terdapat kelemahan dimana akses pengiriman masih sering terjadi keterlambatan dengan permintaan yang tinggi dari industri hilir sebagai industri pendukung.

Sumberdaya manusia dalam bentuk tenaga kerja pemetik yang merupakan faktor produksi penting bagi industri hulu di rasa sangat kurang, hal ini dikarenakan masyarakat mulai enggan bekerja di sektor

pertanian dan lebih memilih bekerja di sektor industri atau lebih memilih bekerja di luar negeri sebagai TKI. Alasan utama adalah pada masih kecilnya upah pemetik teh di Indonesia yang hanya dihargai Rp. 1000/ kg, tergantung dari mutu petikan, di sisi lain kemampuan industri teh untuk menaikkan upah pemetik masih terkendala karena biaya produksi yang tinggi dan kurangnya sumberdaya modal di perusahaan teh dalam negeri.

3) Keterkaitan Faktor Sumberdaya dengan Faktor Permintaan

Kondisi faktor sumberdaya dengan kondisi permintaan memiliki keterkaitan yang kurang mendukung. Hal ini terlihat pada luasan lahan masih mampu dalam pemenuhan permintaan teh dalam negeri dan namun kurang mampu memenuhi permintaan ekspor yang semakin menurun. Faktor sumberdaya modal masih kurang mampu mendukung, meskipun perusahaan perkebunan besar dan swasta masih menguntungkan namun seringkali kurangnya modal menyebabkan sarana transportasi untuk memenuhi kebutuhan permintaan mengalami keterlambatan karena kondisi kendaraan transportasi yang sudah tua dan waktunya untuk diganti. Investor asing memang mulai banyak menanamkan modalnya di perusahaan perkebunan swasta, namun untuk perkebunan rakyat investor dan bantuan modal dari pemerintah masih kurang untuk memenuhi biaya produksi terhadap permintaan teh domestik ataupun ekspor. Sedangkan Faktor infrastruktur dan IPTEK yang sudah diberlakukan seperti penggunaan mekanisasi dan peremajaan tanaman teh sudah cukup mendukung peningkatan produksi teh dalam jangka pendek.

4) Keterkaitan Faktor Permintaan dengan Industri terkait dan Industri Pendukung

Kondisi permintaan teh baik domestik maupun ekspor sangat mendukung bagi pemasaran teh oleh industri dalam negeri. Permintaan yang tinggi secara langsung juga akan meningkatkan pendapatan perusahaan dan secara tidak langsung

membantu perkembangan industri dalam negeri untuk mencari solusi dan inovasi dalam peningkatan produksi dalam pemenuhan permintaan teh yang bermutu tinggi baik domestik maupun ekspor. Hal ini dibuktikan dengan pangsa pasar perusahaan hilir seperti teh botol mencapai 28 persen dari total pasar minuman di Indonesia serta berkembangnya industri pengemasan teh untuk konsumsi teh domestik di Indonesia dipenuhi oleh lebih dari 50 perusahaan (*packers*), 32 diantaranya perusahaan yang mengemas jenis teh wangi, sisanya pengemas jenis teh hitam dan teh hijau.

5) Keterkaitan Kondisi Permintaan dengan Persaingan, Struktur dan Strategi

Kondisi permintaan dengan persaingan, struktur dan strategi memiliki keterkaitan yang saling mendukung. Hal ini disebabkan oleh tingginya permintaan luar negeri akan kebutuhan teh dapat mendukung terciptanya strategi dari produsen teh dalam negeri untuk menyesuaikan mutu produk yang diminta konsumen. Selain itu permintaan yang tinggi dan perdagangan bebas dapat dimanfaatkan oleh Indonesia untuk merambah pangsa pasar ekspor teh lebih luas lagi. Perluasan pangsa pasar juga akan ikut diiringi dengan persaingan dengan teh luar negeri sehingga produsen dalam negeri akan menciptakan produk teh yang berdaya saing tinggi.

6) Keterkaitan Kondisi Industri terkait dan Industri Pendukung dengan Persaingan, Struktur dan Strategi

Kondisi Industri dalam negeri akan berpengaruh langsung terhadap persaingan komoditas teh Indonesia. Industri teh Indonesia dapat mendukung terciptanya strategi yang baik dalam menghadapi persaingan di pasar internasional. Ketika produksi industri teh dalam negeri baik maka dari segi nilai ekspor Indonesia juga akan terangkat untuk bersaing mendapatkan pangsa pasar dengan negara ekportir lainnya. Struktur pasar teh internasional yang oligopoli dan posisi

Indonesia sebagai *market follower* tidak akan berpengaruh langsung terhadap kondisi industri dalam negeri.

7) Keterkaitan Faktor Peran Pemerintah dengan Faktor Internal

Peran pemerintah memiliki keterkaitan terhadap faktor internal. Peran pemerintah yang dibentuk dalam sebuah kebijakan dapat mendukung seperti faktor sumberdaya modal, adanya insentif akan membantu permodalan dari produsen teh domestik khususnya perkebunan teh rakyat. Bagi faktor persaingan adanya kebijakan dari badan terkait pemberlakuan pembatasan harga pucuk serta tarif bea masuk bagi teh impor cukup mendukung produsen teh dalam negeri meskipun besaran tariff bea masuk 5% masih kalah jika dibanding negara pesaing yang sudah menerapkan bea masuk 25-50%.

Kebijakan infrastruktur dengan adanya pasar lelang teh Indonesia juga membantu bagi faktor persaingan dan strategi pemasaran yang dilakukan oleh produsen teh domestik yang lebih terwadahi. Kemajuan teknologi serta mekanisasi yang dilakukan di industri teh dalam negeri sudah mampu memberikan kontribusi dalam produksi teh domestik. Kebijakan yang sudah diterapkan oleh pemerintah menunjukkan dukungan pemerintah terhadap pengembangan teh Indonesia untuk meningkatkan daya saingnya di pasar internasional.

8) Keterkaitan Faktor Kesempatan dengan Faktor Internal

Dari hasil analisis komponen *Porter's Diamond* dapat diketahui komponen eksternal yaitu peranan kesempatan memiliki keterkaitan yang saling mendukung dengan seluruh komponen utama. Peran kesempatan mendukung komponen sumberdaya yaitu, dengan semakin tingginya konsumsi teh dunia akan membuat investor tertarik menanamkan modal di Indonesia. Peluang teh sebagai pasar bisnis mendukung penelitian pengembangan teh dalam negeri dan posisi teh sebagai minuman yang sehat mendukung penelitian terhadap kandungan

khasiat teh yang meningkatkan daya saing teh terhadap minuman lain.

Industri terkait dan industri pendukung memiliki keterkaitan dengan peran kesempatan yang mendukung. Hal ini ditunjukkan dengan industri teh domestik yang mengembangkan mutu produk dan memperluas pangsa pasarnya sehingga daya saing teh Indonesia akan lebih baik. Peran kesempatan juga mendukung kondisi persaingan, struktur dan strategi. Adanya kesempatan teh Indonesia untuk bersaing pasar internasional dikarenakan Indonesia masih menjadi negara ekportis terbesar keenam dunia. Strategi pengembangan juga akan lebih terarah dengan dirumuskan berdasarkan kesempatan dan peluang yang ada. Kesimpulan hasil penjabaran keterkaitan antar faktor internal dan eksternal serta keterkaitan masing-masing faktor eksternal terhadap faktor internal, maka hasil yang didapatkan untuk analisa keunggulan kompetitif terhadap teh Indonesia adalah kuat secara kompetitif. Kesimpulan tersebut diperoleh berdasarkan hasil perincian keterkaitan kriteria masing-masing faktor yang dapat dilihat dalam Tabel 2.

Tabel 2. Kriteria Keunggulan Kompetitif teh Indonesia berdasarkan Teori Berlian Potter

No	Keterangan	Kriteria
1	Faktor Sumberdaya dengan Persaingan, Struktur dan Strategi	Cukup Kuat
2	Faktor Sumberdaya dengan Industri terkait dan Industri Pendukung	Cukup Kuat
3	Faktor Sumberdaya dengan Faktor Permintaan	Cukup Kuat
4	Faktor Permintaan dengan Industri terkait dan Industri Pendukung	Kuat
5	Kondisi Permintaan dengan Persaingan, Struktur dan Strategi	Kuat
6	Kondisi Industri terkait dan Industri Pendukung dengan Persaingan, Struktur dan Strategi	Kuat
7	Faktor Peran Pemerintah dengan Faktor Internal	Kuat
8	Faktor Kesempatan dengan Faktor Internal	Kuat
Kesimpulan		Kuat

Sumber : Analisis Data, 2014

2. Spesialisasi Perdagangan Teh Indonesia di Pasar Internasional

Indeks Spesialisasi Perdagangan (ISP) mempertimbangkan nilai ekspor dan impor suatu negara dari komoditas tertentu. Indeks ini digunakan untuk melihat apakah untuk suatu jenis komoditas, suatu negara cenderung

menjadi negara eksportir atau importir. Spesialisasi perdagangan teh Indonesia menunjukkan bahwa Indonesia cenderung sebagai negara eksportir teh dengan nilai Indeks Spesialisasi Perdagangan (ISP) sebesar 0,919. Pada Tabel 3 dapat dilihat nilai ISP teh Indonesia dibawah Sri Lanka (0,972), Kenya (0,967), dan India (0,928), namun lebih tinggi dari China (0,726). Nilai ISP negara Indonesia maupun negara perbandingan yang mendekati 1 menunjukkan semua negara cenderung berspesialisasi pada ekspor teh. Nilai ISP teh Indonesia yang rendah dibanding negara Sri Lanka, Kenya dan India karena terjadi peningkatan impor teh Indonesia dalam beberapa tahun terakhir, namun impor teh Indonesia lebih rendah dari impor teh negara China sehingga nilai ISP Indonesia masih lebih tinggi dibandingkan negara China.

Tabel 3. Perbandingan Hasil Analisis ISP Teh Indonesia dengan Teh Kenya, Sri Lanka, China, dan India Tahun 1991-2011

Tahun	ISP Indonesia	ISP India	ISP China	ISP Kenya	ISP Sri Lanka
1991	0,986	1,000	0,714	0,995	0,995
1992	0,990	0,989	0,871	0,998	0,984
1993	0,990	0,992	0,708	1,000	0,989
1994	0,982	0,998	0,867	0,997	0,990
1995	0,993	0,995	0,831	0,990	0,993
1996	0,994	0,988	0,883	1,000	0,979
1997	0,957	0,981	0,721	0,998	0,978
1998	0,926	0,942	0,738	1,000	0,974
1999	0,987	0,971	0,739	0,998	0,989
2000	0,946	0,957	0,723	0,999	0,980
2001	0,932	0,925	0,711	0,979	0,979
2002	0,932	0,856	0,744	0,977	0,980
2003	0,923	0,922	0,760	0,968	0,968
2004	0,909	0,847	0,777	0,972	0,960
2005	0,889	0,878	0,780	0,972	0,966
2006	0,878	0,873	0,783	0,967	0,916
2007	0,845	0,877	0,775	0,977	0,890
2008	0,860	0,885	0,806	0,991	0,948
2009	0,864	0,825	0,798	0,990	0,960
2010	0,872	0,901	0,883	0,971	0,957
2011	0,718	0,902	0,704	0,872	0,953
Rata-rata	0,919	0,928	0,726	0,972	0,967

Sumber: FAO, 2014 Diolah

Keterangan: Angka dicetak tebal merupakan nilai ECA tertinggi di antara Indonesia dan empat negara perbandingan pada setiap periode tahun.

Nilai ISP yang tinggi disebabkan oleh nilai ekspor teh Kenya dan Sri Lanka yang tinggi dan nilai impor teh yang rendah, karena konsumsi teh di Kenya serta Sri Lanka rendah sehingga hasil produksi teh lebih banyak di ekspor. Kenya adalah eksportir teh terkemuka di dunia mengekspor sekitar 95% dari total produksi teh negara. Negara ini membanggakan diri sebagai produsen terbaik dari teh hitam dengan pangsa pasar nya yang diperkirakan

sekitar 27% dari perdagangan teh dunia dengan Sri Lanka datang kedua di 26% (*Export Promotion Council*, 2014). Sri Lanka yang memiliki nilai ISP tertinggi setelah Kenya dikarenakan nilai ekspor teh dari negara Sri Lanka yang tinggi dan seperti yang dijabarkan di atas memiliki nilai impor yang rendah. Nilai ekspor Sri Lanka yang tinggi juga disebabkan oleh eksportir Sri Lanka mampu mempromosikan Tea Paket, Teh Celup, Teh Instan, Green Tea dan Ice Tea dll untuk segmen pasar yang berbeda. Bahkan salah satu merek teh kemasan "Ceylon Tea" saat ini, teh menyumbang 17% dari PDB negara itu. Kualitas, aroma dan berbagai rasa dalam teh Ceylon telah menangkap permintaan dari peminum teh di dunia (*Srilankabusiness.com*, 2014).

India merupakan negara yang mempunyai nilai ISP tertinggi ketiga selama periode tahun 1996-2011 dengan rata-rata nilai ISP (0,928). Karena nilai ISP yang positif maka dapat dikatakan negara India lebih cenderung sebagai negara eksportir dibanding China namun kalah dibanding Kenya dan Sri Lanka. Keunggulan teh India adalah pada jenis varietas yang dibudidayakan, teh di Cina berasal dari berbagai *Camellia Sinensis*, sementara mayoritas teh India berasal dari berbagai *Camellia Assamica*. Teh *Camellia Assamica* ketahanan jauh lebih besar terhadap cuaca dan ketinggian serta hasil jauh lebih tinggi (*Vintagecompany.com*, 2014).

China mencapai nilai ISP terendah dengan nilai sebesar 0,726 dibandingkan negara Kenya, Sri Lanka, China, dan India. Meskipun demikian, dapat dikatakan China masih cenderung sebagai eksportir untuk komoditas teh dilihat dari rata-rata nilai ISP (0,726) yang positif. Nilai ekspor China yang stabil namun masih diikuti tingginya impor teh yang dilakukan China menyebabkan nilai ISP China fluktuatif (Lampiran 5 dan Lampiran 7). Impor teh China yang tinggi disebabkan konsumsi teh di China yang tinggi disebabkan budaya minum teh di negara tersebut.

3. Struktur Pasar Teh Internasional

Pada analisis struktur pasar teh internasional digunakan pendekatan Indeks Herfindal dan *Concentration Ratio*.

Berdasarkan pengolahan data *United Nations Commodity Trade Statistics Database* (COMTRADE) (2013), selama tahun 2001-2011 dihasilkan nilai IH dengan rata-rata sebesar 1124 (Tabel 4) sedangkan nilai rata-rata CR4 sebesar 61,47 % (Tabel 5).

Tabel 4. Nilai Indeks Herfindahl Pasar Teh Internasional tahun 2001-2011

Tahun	Nilai Indeks Herfindahl	Jumlah Negara
2001	1180	125
2002	1141	133
2003	1137	143
2004	1060	135
2005	1120	143
2006	1051	146
2007	1121	143
2008	1250	148
2009	1095	143
2010	1140	133
2011	1128	160
Rata-rata IH	1124	

Sumber: COMTRADE, 2014 Ditolak

Berdasarkan hasil analisis struktur pasar dengan IH (Tabel 4) diperkuat dengan hasil analisis CR4 (Tabel 5), maka dapat diambil kesimpulan bahwa struktur pasar yang dihadapi Indonesia dalam pasar teh internasional adalah pasar oligopoli. Jumlah populasi negara eksportir yang terlibat dalam perdagangan teh dunia selalu berubah dalam sepuluh tahun terakhir yang berada dalam kisaran 125-160 negara. Meskipun populasi negara sangat banyak dalam penguasaan pangsa pasar terdapat perbedaan yang sangat jauh dilihat dari nilainya hanya beberapa negara saja yang memiliki pangsa pasar yang tinggi seperti negara Sri Lanka, Kenya, China, dan India. Sri Lanka memiliki pangsa pasar teh terbesar dengan nilai mencapai 20-25% dari total pangsa pasar dunia dalam sepuluh tahun terakhir. Disusul kemudian negara Kenya dengan penguasaan pangsa pasar 11-13% dan China dengan penguasaan pangsa pasar 5-18 % dari total ekspor dunia. India menempati posisi ke lima dengan penguasaan sebesar 9-14 % dari total ekspor teh dunia.

Posisi Indonesia di pasar teh Internasional saat ini adalah *market follower* atau pengikut pasar hal ini dikarenakan nilai pangsa pasar Indonesia hanya 2-3%. Hal ini menyebabkan teh Indonesia tidak berpengaruh terhadap penentuan harga teh dunia. Akibatnya posisi Indonesia di pasar teh dunia sangat rentan terhadap para penantang pasar yang kuat.

Pesaing utama Indonesia dalam perdagangan teh dunia adalah Sri Lanka, Kenya, Cina dan India yang mampu memproduksi teh jauh lebih besar dengan kualitas teh yang lebih baik dibandingkan Indonesia. Menurut Suprihatini (2000) beberapa pasar utama teh Indonesia, telah diambil oleh negara produsen teh yang lainnya. Pangsa pasar teh yang kurang dapat dipertahankan Indonesia adalah Pakistan, Inggris, Belanda, Jerman, Irlandia, Rusia, Amerika Serikat, Singapura, Malaysia, Siria, Taiwan, Mesir, Maroko, dan Australia.

Tabel 5. Nilai CR4 Pasar Teh Internasional tahun 2001-2011

Tahun	Nilai CR4 (%)
2001	64,29
2002	57,33
2003	61,49
2004	59,80
2005	61,72
2006	59,82
2007	61,34
2008	63,73
2009	61,39
2010	62,60
2011	63,52
Rata-rata	61,47

Sumber: COMTRADE, 2014 Ditolak

IV. KESIMPULAN

1. Posisi daya saing teh Indonesia di pasar Internasional bernilai positif. Daya saing teh Indonesia positif dikarenakan hasil analisis RCA teh Indonesia menunjukkan hasil rata-rata RCA > 1 (4,277). Posisi daya saing teh Indonesia masih kalah dibandingkan Kenya, Sri Lanka, India namun masih lebih tinggi dibanding dengan China. Analisis keunggulan kompetitif dengan Teori Porter menunjukkan bahwa komoditi teh Indonesia berdaya saing kuat karena faktor-faktor internal dan eksternal dalam produksi teh sudah tersedia, meski ada di beberapa faktor yang harus dibenahi lebih lanjut.
2. Spesialisasi perdagangan teh Indonesia cenderung sebagai eksportir teh. Hal ini dikarenakan nilai Indeks Spesialisasi Perdagangan (ISP) sebesar 0,919. Nilai ISP teh Indonesia dibawah Sri Lanka (0,972), Kenya (0,967), dan India (0,928) namun lebih tinggi dari China (0,726).

3. Struktur pasar teh internasional memiliki konsentrasi sedang dan memiliki jenis pasar oligopoli. Hal ini ditunjukkan dengan nilai rata-rata Indeks Herfindahl (1124) dan rata-rata nilai CR4 (61,47%). Posisi Indonesia di dalam pasar teh internasional tersebut pengikut pasar dikarenakan hanya dapat menguasai 2-3% pangsa pasar teh dunia. Akibatnya pangsa pasar teh Indonesia di pasar teh dunia sangat rentan direbut oleh para negara pesaing yang memiliki teh yang lebih berkualitas.

DAFTAR PUSTAKA

- Marlinda, Barirah. 2008. *Analisis Daya Saing Lada Indonesia di Pasar Internasional*. Skripsi. Fakultas Pertanian. Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Porter, Michael E. 1990. *The Competitive Advantage of Nations*. Macmillan Press. Hongkong.
- Suprihatini, Rohayati. 2000. *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Rendahnya Harga Teh Indonesia di Jakarta tea Auction. Tinjauan Komoditas Perkebunan Kelapa Sawit, Karet, Kopi, Gula, Kakao, dan Teh Vol.1. No.1 September-November 2000*. Asosiasi Penelitian Perkebunan Indonesia (APPI) dan Direktorat Jenderal Perkebunan.
- Srilankabusiness.com. *Tea*. <http://www.srilankabusiness.com/find-sri-lankan-suppliers/product-profiles/tea>. Diakses tanggal 29 Mei 2014
- Tea Board of Kenya, 2014. *Facts About Kenya*. http://www.teaboard.or.ke/industry/kenya_facts.html. Diakses 29 Mei 2014
- Vintagecompany.com. 2014. *Difference between Indian and Chinese Tea*. <http://www.vintageteacompany.com/blog/difference-between-chinese-and-indian-tea/>. diakses 4 Mei 2014